

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA UKM**

(Studi Kasus UKM DI Kabupaten dan Kota Semarang)

Dra. Andalan Tri Ratnawati, SE, MSi\*)

[andalan\\_yara@yahoo.com](mailto:andalan_yara@yahoo.com)

Dra. Hikmah, SE, MSi\*)

[hikmah.1967@yahoo.com](mailto:hikmah.1967@yahoo.com)**Abstraksi**

Penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi kinerja UKM. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Manajer UKM di Kabupaten dan Kota Semarang. Pengambilan sampel dilaksanakan dengan metode purposive sampling. Kriteria-kriteria yang digunakan dalam pertimbangan yaitu UKM yang sudah berjalan minimal lima tahun. Sampel dalam penelitian ini dimaksudkan sebagai wakil dari populasi yang akan diteliti, berjumlah 60 (enam puluh).

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi secara parsial dapat disimpulkan: Kebutuhan akan prestasi mempengaruhi kinerja secara parsial signifikan dan positif. Hal ini berarti bahwa semakin terpenuhi kebutuhan akan prestasi semakin tinggi kinerjanya. Kebutuhan akan otonomi mempengaruhi kinerja secara signifikan dan negatif. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kebutuhan akan otonomi semakin rendah kinerjanya. Pemasaran, teknologi, akses kepada modal, dan kesiapan berwirausaha mempengaruhi kinerja secara parsial signifikan dan positif. Hal ini berarti bahwa semakin baik pemasaran, teknologi, akses kepada modal, dan kesiapan berwirausaha semakin tinggi kinerjanya. Sedangkan hasil pengujian analisis regresi secara berganda dapat disimpulkan bahwa kebutuhan akan prestasi, kebutuhan akan afiliasi, dan kebutuhan akan otonomi secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap kinerja. Akhirnya, pemasaran, teknologi, akses kepada modal, pengaruh akses kepada informasi, jaringan sosial, legalitas, rencana bisnis, kesiapan berwirausaha, dukungan pemerintah secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap kinerja.

**Kata Kunci:** UKM, pemasaran, teknologi, modal, akses informasi, jaringan sosial, legalitas, rencana bisnis, kesiapan berwirausaha, dukungan pemerintah, kinerja.

**Abstract**

This study is to determine what factors affect the performance of SMEs. The population in this study are all managers of SMEs in the district and the city of Semarang. Sampling was conducted with a purposive sampling criteria were used in the consideration that SMEs are already running at least five years. The sample in this study is intended as representative of the population to be studied, totaling 60 (sixty).

Based on the results of testing the partial regression analysis can be concluded: The need for achievement is partially affect performance significantly and positively. This means that the unmet need for higher performance kinernya. The need for autonomy affect performance significantly and negatively. This means that the higher the lower the need for autonomy performance. Marketing, technology, access to capital, and entrepreneurship readiness partially affect performance significantly and positively. This means that the better the marketing, technology, access to capital, and entrepreneurship readiness higher performance. While the test results of multiple regression analysis it can be concluded that the need for achievement, need for affiliation, and need for autonomy simultaneously and significantly affect performance. Finally, marketing, technology, access to capital, the effect of access to information, social networks, legality, business plan, entrepreneurship readiness, government support simultaneous and significant effect on performance.

**Keywords:** SMEs, marketing, technology, capital, access to information, social networks, legality, business plan, entrepreneurship readiness, government support, performance.

## **1. Pendahuluan**

### **1.1. Latar Belakang**

Peran UKM sangat penting dalam pembangunan perekonomian, terutama dalam penyediaan tenaga kerja dan sumber penghasilan bagi kelompok masyarakat berpenghasilan rendah. Dalam kondisi krisis ekonomi, ternyata UKM merupakan usaha yang tahan terhadap goncangan krisis, karena tidak banyak menggunakan bahan baku impor. Pada saat usaha skala besar mengalami kehancuran akibat krisis ekonomi, UKM merupakan sabuk penyelamat dari dampak krisis ekonomi tersebut. Dalam beberapa kasus, UKM berperan sebagai unsur penting yang memberikan kontribusi ekspor non migas cukup besar.

UKM ternyata juga merupakan suatu kegiatan yang mendominasi lebih dari 95 persen struktur perekonomian Indonesia. Sektor ini memiliki peranan yang sangat strategis baik sosial ekonomi maupun sosial politis. Fungsi ekonomi sektor ini antara lain menyediakan barang dan jasa bagi konsumen berdaya beli rendah sampai sedang, menyumbangkan lebih dari separo pertumbuhan ekonomi serta kontributif dalam perolehan devisa Negara. Secara sosial politis, fungsi sektor ini juga sangat penting terutama dalam penyerapan tenaga kerja serta upaya pemberantasan kemiskinan. Selain itu usaha kecil merupakan kebutuhan yang mendasar bagi negara kita yang menganut sistem kerakyatan. Melihat peran dan potensinya yang demikian besar, sangat beralasan untuk mengembangkan usaha kecil dan menengah ini semaksimal mungkin guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus mendukung perekonomian daerah.

Keberadaan UKM di Jawa Tengah juga mempunyai peranan yang sangat penting dalam penyerapan tenaga kerja

dan penciptaan lapangan kerja baru. UKM di Jawa Tengah juga sangat berpotensi dalam meningkatkan perekonomian. Potensi ini perlu dikembangkan karena omset yang didapat dari sektor UKM juga sangat besar, dan ternyata UKM merupakan suatu usaha yang mendominasi perekonomian di Jawa Tengah. Dalam situasi perekonomian yang tidak menentu seperti saat ini, UKM jauh lebih kuat bertahan dibandingkan industri-industri besar lainnya. Meskipun banyak persoalan klasik yang dihadapi oleh UKM saat ini mencakup aspek-aspek manajemen dan organisasi, permodalan, pasar dan informasi pasar, penggunaan teknologi, dan rendahnya kualitas sumber daya manusia., namun ternyata dari ketangguhannya, usaha kecil ini ternyata mampu memberikan kontribusi yang cukup signifikan terhadap pendapatan negara, dan kemampuannya dalam menciptakan kesempatan kerja yang cukup besar, sehingga dapat dikatakan bahwa usaha kecil dapat menjadi salah satu motor penggerak bagi pembangunan di Jawa Tengah.

### **1.2. Perumusan Masalah**

Penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

”Faktor-faktor apakah yang memengaruhi kinerja UKM

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang memengaruhi kinerja UKM

## **2. Kajian Pustaka**

### **2.1. Konsep UKM**

Kementrian Koperasi dan UKM mengelompokkan UKM menjadi tiga kelompok berdasarkan total aset, total penjualan tahunan, dan status

usaha dengan kriteria sebagai berikut (Zulkarnaen, 2006). Usaha Mikro adalah kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dan bersifat tradisional dan informal dalam arti belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum. Hasil penjualan bisnis tersebut paling banyak 100 juta rupiah. Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memenuhi kriteria berikut;

- a. Usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak 200 juta rupiah, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Usaha yang memiliki penjualan tahunan paling banyak 1 milyar rupiah.
- c. Usaha yang berdiri sendiri, bukan perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau terafiliasi, baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah dan skala besar.
- d. Berbentuk badan usaha yang dimiliki perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.
- e. Usaha Menengah adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memenuhi kriteria berikut :
- f. Usaha yang memiliki kekayaan lebih dari 200 juta rupiah, dan paling banyak 10 milyar rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan usaha.
- g. Usaha yang berdiri sendiri, bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai dan terafiliasi, baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau skala besar.

Berbentuk usaha yang dimiliki perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, termasuk koperasi.

Biro Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan UKM berdasarkan besarnya jumlah pekerja, yaitu :

- a. Skala Usaha Mikro, dengan kriteria pekerja kurang dari 5 orang; termasuk juga di dalamnya usaha kerajinan rumah tangga dengan tenaga kerja yang tidak dibayar.
- b. Skala Usaha Kecil, dengan kriteria pekerja antara 5-19 orang;
- c. Skala Usaha Menengah, dengan kriteria pekerja antara 20-99 orang. (Biro Pusat Statistik, 2006)

## 2.2. Konsep Motivasi

Definisi motivasi menurut Robbins (1996) adalah sebagai kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi ke arah tujuan-tujuan organisasi, yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu untuk memenuhi suatu kebutuhan individual. Dari definisi tersebut memfokuskan ke tujuan organisasi agar mencerminkan minat tunggal dalam perilaku yang berkaitan dengan minat kerja. Ketiga unsur kunci dalam definisi tersebut adalah upaya, tujuan organisasi, dan kebutuhan.

Menurut Robbins (1996) teori motivasi dibedakan menjadi dua yaitu teori dini motivasi dan teori kontemporer motivasi.

### 1) Teori Dini Motivasi

Dasawarsa 1950-an adalah merupakan kurun waktu yang berhasil dalam pengembangan konsep-konsep motivasi. Tiga teori dirumuskan selama waktu itu, yaitu:

#### a. Teori hirarki kebutuhan.

Teori ini dikembangkan oleh Abraham Maslow. Ia menghipotesiskan bahwa didalam semua manusia ada

suatu jenjang kelima  
kebutuhan berikut :

Faali (Fisiologis)  
Keamanan  
Sosial  
Penghargaan  
Aktualisasi diri.

Maslow memisahkan kelima kebutuhan ini sebagai order tinggi dan order rendah. Kebutuhan faali, kebutuhan akan keamanan dan social diberikan order-rendah, kebutuhan akan penghargaan dan aktualisasi diri sebagai kebutuhan order tinggi. Perbedaan antara kedua order itu berdasarkan alasan bahwa kebutuhan order tinggi dipenuhi secara internal (didalam diri seseorang), sedangkan kebutuhan order rendah dipenuhi secara eksternal.

#### **b. Teori X dan Y**

Douglas McGregor mengemukakan dua pandangan yang jelas berbeda mengenai manusia: secara dasar satu negatif, yang ditandai sebagai Teori X yaitu pengandaian bahwa seseorang tidak menyukai kerja, malas, tidak menyukai tanggung jawab, dan harus dipaksa agar berprestasi. Yang lain pada dasarnya positif, yang ditandai dengan teori Y, yaitu pengandaian bahwa seseorang menyukai kerja, kreatif, berusaha bertanggung jawab, dan dapat menjalankan pengarahan diri.

#### **c. Teori Motivasi Higiene**

Teori motivasi hygiene dikemukakan oleh psikolog Frederick Herzberg. Dalam keyakinan bahwa hubungan seorang individu pada kerjanya merupakan suatu hubungan dasar dan bahwa sikapnya terhadap kerja ini dapat sangat menentukan sukses atau kegagalan individu. Pada dasarnya teori mengemukakan bahwa factor-faktor intrinsik (prestasi,

pengakuan, kerja itu sendiri, tanggungjawab, dan pertumbuhan) dihubungkan dengan kepuasan kerja. Sementara factor-faktor ekstrinsik ( kondisi kerja, gaji, hubungan dengan rekan kerja, dan keamanan) dikaitkan dengan ketidakpuasan.

## **2) Teori Kontemporer Motivasi**

### **a. Teori ERG**

Teori ini dikemukakan oleh Clayton Alderfer dari Universitas Yale, dalam arguennya dia mengatakan bahwa ada tiga kelompok kebutuhan teras, yaitu eksistensi (existence), keterhubungan (relatedness), dan pertumbuhan (growth), maka teori ini disebut teori ERG. Eksistensi mempedulikan pemberian persyaratan eksistensi materiil dasar kita. Hal ini mencakup butir-butir yang oleh Maslow dianggap sebagai kebutuhan faali dan keamanan. Keterhubungan adalah hasrat yang kita punyai untuk memelihara hubungan antar pribadi yang penting, hal ini mencakup butir-butir oleh Maslow dianggap sebagai kebutuhan social dan penghargaan. Pertumbuhan suatu hasrat intrinsic untuk pengembangan pribadi, ini mencakup aktualisasi diri menurut Maslow.

### **b. Teori Kebutuhan McClelland**

Teori ini memfokuskan pada ketiga kebutuhan, yaitu :

- 1) Kebutuhan akan prestasi;  
Dorongan untuk mengungguli, berprestasi sehubungan dengan seperangkat standart, bergulat untuk sukses.
- 2) Kebutuhan akan afiliasi :  
Hasrat untuk hubungan antar pribadi yang ramah dan karib.
- 3) Kebutuhan akan kekuasaan:  
Kebutuhan untuk membuat

orang-orang lain berperilaku dalam suatu cara yang orang-orang itu tanpa dipaksa tidak akan berperilaku demikian.

### **2.3. Konsep Kontekstual**

#### **1) Pemasaran**

Di Indonesia sebagian besar UKM beroperasi dengan cara yang tradisional di aspek pemasaran. Persaingan yang semakin ketat di pasar harus direspon secara proaktif oleh UKM dengan melakukan pengembangan pasar (market development). Akses kepada pasar merupakan yang sejak dulu selalu dihadapi oleh UKM. Oleh karenanya, pengembangan pasar merupakan hal yang penting untuk menjaga pertumbuhan pasar yang tinggi. Smallbone et al.(1995) dalam penelitian yang dilakukan di Inggris menunjukkan bahwa sebagian besar perkembangan UKM terjadi karena adanya upaya yang dilakukan untuk mengidentifikasi dan merespon kesempatan baru atau menjaga yang sudah ada dipasar. Kesempatan baru di pasar termasuk penemuan produk atau jasa baru untuk menarik pelanggan baru atau untuk mempertahankan yang sudah ada.

#### **2) Teknologi**

Perubahan yang cepat di bidang teknologi sudah semestinya disikapi oleh UKM dengan cara mencari alternatif untuk menjaga keunggulan kompetitif dengan menerapkan proses dan metode pertumbuhan yang baru. Teknologi mempunyai peranan yang penting dalam perbaikan proses produksi. Penelitian sebelumnya telah mengungkapkan bahwa kurangnya peralatan dan teknologi yang ketinggalan jaman merupakan contoh dari hal-hal yang menghambat

perkembangan UKM (Swierczek dan Ha, 2003).

#### **3) Akses Kepada Modal**

Akses modal sudah jelas merupakan salah satu hambatan khas saat memulai bisnis baru. Hal ini banyak dialami di negara-negara berkembang dengan kredit lunak dan institusi keuangan. Beberapa temuan empiris menunjukkan bahwa kurangnya akses kepada modal dan skema kredit, juga system keuangan dipandang oleh para wirausahawan sebagai hambatan utama bagi inovasi bisnis dan kesuksesan terutama di negara-negara berkembang (Marsden, 1992; Meier dan Pilgrim, 1994; Steel, 1994 dalam Indarti 2007).

#### **4) Akses Kepada Informasi**

Ketersediaan informasi bisnis penting dalam hal intensi untuk memulai perusahaan baru. Singh dan Kreshna (1994), dalam penelitian mengenai kewirausahaan di India, menegaskan bahwa keinginan dalam mencari informasi merupakan salah satu karakteristik seorang wirausahawan. Pencarian informasi merepresentasikan frekuensi kontak yang dilakukan individu dengan berbagai sumber informasi. Hasil dari aktivitas ini sering tergantung pada aksesibilitas informasi, baik melalui usaha individu dan sumber daya manusia maupun sebagian dari sumber daya social dan jaringan.

#### **5) Jaringan Sosial**

Jaringan social mempunyai dampak terhadap kesuksesan usaha. Penelitian-penelitian kewirausahaan yang dilakukan menunjukkan bahwa entrepreneur dan perusahaan baru harus bekerja sama membentuk jaringan agar dapat sukses (Huggins, 2000). Jaringan menggambarkan alat yang digunakan pengusaha untuk mengurangi resiko dan biaya

transaksi, juga untuk memperbaiki akses kepada ide bisnis, pengetahuan dan modal (Aldrich & Zimmer, dalam Indarti, 2007). Suatu jaringan social terdiri dari satu seri hubungan formal dan informal antara pelaku utama dan orang lain dalam satu lingkaran yang saling mengenal dan menggambarkan saluran dimana wirausahawan tersebut mendapatkan akses kepada sumber penting bagi mulainya suatu bisnis, pertumbuhan, dan kesuksesannya (Kristansen, et al. 2003).

#### 6) Legalitas hukum

Belum banyak penelitian yang dilakukan untuk meneliti hubungan antara aspek legal terhadap kesuksesan bisnis. Aspek legal di negara berkembang seperti di Indonesia mungkin merupakan salah satu hambatan kesuksesan UKM. Pada banyak kasus, mengikuti aturan dalam aspek legal menuntut UKM untuk mengalokasikan sejumlah uang untuk memenuhi praktek suap. Indarti (2007) menemukan bahwa ada pengaruh negatif yang signifikan antara legalitas hukum dengan kesuksesan usaha pada UKM, hal ini berarti bahwa legalitas merupakan salah satu factor penghambat kesuksesan bisnis.

#### 7) Rencana Bisnis

Perencanaan bisnis merupakan alat yang sangat penting bagi pengusaha maupun pengambil keputusan kebijakan perusahaan. Tujuan rencana bisnis adalah agar kegiatan bisnis yang akan dilaksanakan maupun yang sedang berjalan tetap berada di jalur yang benar sesuai dengan yang direncanakan.

Kesadaran yang kurang terhadap kebutuhan adanya rencana bisnis telah diidentifikasi sebagai satu masalah di fase awal UKM berdiri

(Chaton dalam Nurul Indarti, 2007). Dalam konteks ini rencana bisnis dapat pula berkaitan dengan orientasi pengembangan. Smallbone et al. (1995) menekankan bahwa salah satu karakteristik yang membedakan kinerja terbaik perusahaan dari yang lain adalah komitmen pada perubahan.

#### 8) Kesiapan Berwirausaha

Kesiapan berwirausaha dalam penelitian ini menjelaskan efikasi diri. Efikasi diri diturunkan Teori Pembelajaran Sosial oleh Bandura (1997), yang menjelaskan tentang kepercayaan seseorang terhadap kemampuan yang dimilikinya dalam melakukan suatu tugas. Menurut Ryan dalam Nurul Indarti (2007), persepsi diri memegang peranan yang penting dalam pengembangan intensi. Intensi dan sikap yang mendasari seseorang sebenarnya berdasarkan persepsi, yang berarti bahwa sikap tersebut dapat dipelajari dan secara berkelanjutan dapat dipengaruhi, dan tidak tetap seperti kepribadian yang dibentuk semenjak kecil. Akibatnya intensi dan sikap menjadi bervariasi dalam konteks budaya dan sejarah. Cromie (2000) menyatakan bahwa efikasi diri mempengaruhi kepercayaan seseorang dalam hal pasti atau tidaknya suatu tujuan dapat dicapai.

#### 9) Kesiapan Berwirausaha

Kesiapan berwirausaha dalam penelitian ini menjelaskan efikasi diri. Efikasi diri diturunkan Teori Pembelajaran Sosial oleh Bandura (1997), yang menjelaskan tentang kepercayaan seseorang terhadap kemampuan yang dimilikinya dalam melakukan suatu tugas. Menurut Ryan dalam Nurul Indarti (2007), persepsi diri memegang peranan yang penting dalam pengembangan intensi. Intensi dan sikap yang mendasari seseorang sebenarnya berdasarkan persepsi, yang

berarti bahwa sikap tersebut dapat dipelajari dan secara berkelanjutan dapat dipengaruhi, dan tidak tetap seperti kepribadian yang dibentuk semenjak kecil. Akibatnya intensi dan sikap menjadi bervariasi dalam konteks budaya dan sejarah. Cromie (2000) menyatakan bahwa efikasi diri mempengaruhi kepercayaan seseorang dalam hal pasti atau tidaknya suatu tujuan dapat dicapai.

#### 10) Konsep Kinerja

Kinerja berarti prestasi kerja, sedangkan prestasi kerja adalah hasil kerja, dengan demikian kinerja adalah merupakan prestasi yang dicapai oleh suatu organisasi atau entitas dalam suatu periode tertentu (Koetin; 1994), sedangkan De Waal (2001) mengemukakan "as the process that enables an organization to deliver a predictable contribution to sustained value creation". Dengan demikian kinerja adalah prestasi yang dicapai suatu organisasi atau entitas dalam periode akuntansi tertentu yang diukur berdasarkan perbandingan dengan berbagai standart (Collins; 1992). Kinerja merupakan suatu konsep yang sulit dan bersifat multidimensional, system pengukuran yang hanya menggunakan dimensi pengukuran tunggal tidak mampu memberikan pemahaman yang komprehensif (Simerly; 1998). Pendapat ini sejalan dengan studi empiric Feltham, (1994), bahwa penggunaan financial performance measurement atau single performance measurement tidak mampu mengungkap aspek penting kinerja, begitupun penelitian Harrison (1997) bahwa pengukuran kinerja yang hanya mendasarkan ukuran non financial menunjukkan hubungan tidak signifikan dengan peningkatan kinerja. Dengan diversitas ukuran kinerja melalui ukuran financial dan ukuran non financial akan memberikan

penilaian kinerja yang lebih realistis disamping berfungsi sebagai drivers kinerja dimasa yang akan datang (Kaplan, Norton; 1997). Gitosudarmo (2001) menyatakan bahwa ukuran terhadap kinerja atau keberhasilan bisnis dapat menggunakan salah satu dari parameter sebagai berikut:

- a) Besar kecilnya penghasilan (income) atau keuntungan (profit) yang diperoleh
- b) Pesatnya tingkat pertumbuhan bisnis (Rate of growth)
- c) Semakin membaiknya posisi persaingan (Competitive advantage)
- d) Semakin meningkatnya posisi bisnis (Kemandirian bisnis)
- e) Semakin bagus image terhadap perusahaan (Corporate image)

### 3. METODE PENELITIAN

#### 3.1. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Manajer UKM di Kabupaten dan Kota Semarang. Pengambilan sampel dilaksanakan dengan teknik pengambilan sampel non random sampling, tipe yang digunakan adalah pengambilan sampel berdasarkan metode purposive sampling atau pemilihan sampel bertujuan dengan pertimbangan tertentu (judgment sampling). Kriteria-kriteria yang digunakan dalam pertimbangan yaitu UKM yang sudah berjalan minimal lima tahun. Sampel dalam penelitian ini dimaksudkan sebagai wakil dari populasi yang akan diteliti, berjumlah 60 (enam puluh).

#### 3.2. Metode Pengumpulan Data

Data penelitian dikumpulkan dengan mengirimkan kuesioner

kepada para manajer UKM di Kabupaten dan Kota Semarang. Pengambilan data dilakukan dengan cara survey melalui kuesioner dan wawancara langsung kepada responden.

### 3.3. Analisa Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Analisis deskriptif, yaitu analisis data yang dilakukan dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasi (Suharsini, 2002).

Analisis inferensial, yaitu analisis data yang digunakan untuk menganalisis data sample, dan hasilnya diperuntukkan populasi. (Suharsini, 2002). Analisis inferensial yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Berganda (Multiple regression) dengan alasan bahwa alat ini dapat digunakan sebagai model prediksi terhadap variabel dependen dengan beberapa variabel independen, dengan model persamaan matematik sebagai berikut:

$$Y_1 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon \quad (1)$$

$$Y_2 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \varepsilon \quad (2)$$

di mana:

$Y_1$  dan  $Y_2$  : Kinerja

$\alpha$  : Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4 \beta_5 \beta_6 \beta_7 \beta_8$  : Parameter

$X_i$  : Variabel

Independent (Motivasi dan Kontekstual)

$\varepsilon$  : Variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian

.

Sebelum dilakukan analisis inferensial, terlebih dahulu regresi yang digunakan sebagai alat analisis diuji dengan uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

Uji multikolinieritas dilakukan dengan menganalisis matriks korelasi variabel-variabel independen, nilai Tolerance, dan nilai Variance Inflation Factor (VIF). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai  $Tolerance < 0,1$  atau  $Variance Inflation Factor (VIF) > 10$  (Imam, 2005)

Uji normalitas dilakukan dengan Analisis grafik (Imam, 2005).

## 4. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

### 4.1. Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

Uji multikolinieritas dilakukan dengan menganalisis matriks korelasi variabel-variabel independen, nilai Tolerance, dan nilai Variance Inflation Factor (VIF). Jika antar variabel independen terdapat korelasi yang cukup tinggi, yaitu umumnya di atas 0,90, maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas (Imam, 2005). Sedangkan cut off dari nilai Tolerance, dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai  $Tolerance < 0,1$  atau nilai  $Variance Inflation Factor (VIF) > 10$  (Imam, 2005).



**Tabel 1**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF
(Motivasi)		
Kebutuhan akan prestasi	0,254	3,936
Kebutuhan Akan Afiliasi	0,548	1,825
Kebutuhan akan otonomi	0,258	3,870
(Kontekstual)		
Pemasaran	0,235	4,260
Teknologi	0,166	6,042
Akses kepada modal	0,337	2,966
Akses kepada informasi	0,170	5,880
Jaringan social	0,193	4,796
Legalitas	0,443	2,256
Rencana bisnis	0,352	2,845
Kesiapan berwirausaha	0,139	7,212
Dukungan pemerintah	0,245	4,082

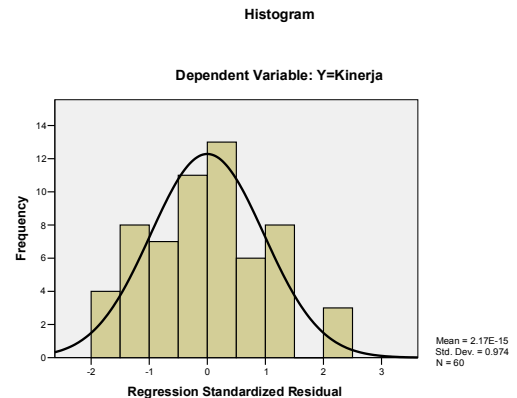
Sumber: Data vana diolah 2009-2012

Berdasarkan hasil perhitungan nilai Tolerance tabel.1 menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai Tolerance  $< 0,10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas. Hasil perhitungan nilai Variance Inflation Factor (VIF) juga menunjukkan hal yang sama, yaitu tidak ada satupun variabel independen yang memiliki nilai VIF  $> 10$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

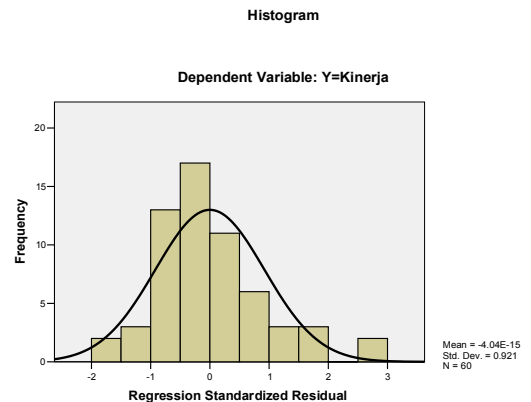
## 2) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal (Imam, 2005). Dalam penelitian ini normalitas residual diuji dengan menggunakan Analisis grafik. Adapun hasil output SPSS Versi 13 uji normalitas tampak pada grafik di bawah ini:

**Gambar 1**  
**Uji Normalitas Regresi Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah**



**Gambar 2**  
**Uji Normalitas Regresi Pengaruh Variabel Kontekstual Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM)**



Dengan melihat tampilan grafik histogram dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang mendekati normal. Grafik tersebut menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

## 4.2. Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

Setelah dilakukan uji asumsi klasik regresi berganda, maka tahap

selanjutnya adalah pengujian regresi berganda. Pengujian ini dilakukan melalui dua tahap, yaitu pengujian secara simultan dan pengujian secara parsial.

Pengujian pengaruh secara simultan antara variabel independen dengan variabel dependen dilakukan melalui dua tahap. Tahap pertama yaitu dengan melihat besarnya variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen yang ditunjukkan oleh koefisien Adjusted R Square. Besarnya koefisien Adjusted R Square ditunjukkan pada tabel 2a dan tabel 2b

**Tabel 2.a Koefisien Determinasi (Variabel Independen: Motivasi)**

Model Summary <sup>a</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.668 <sup>a</sup>	.446	.417	1.33682

a. Predictors: (Constant), X3=Kebutuhan akan Otonomi, x2=Kebutuhan akan Afiliasi, X1=kebutuhan akan prestasi

b. Dependent Variable: Y=Kinerja

Sumber: Data Primer diolah (2009-2012)

**Tabel 2.b. Koefisien Determinasi (Variabel Independen: Kontekstual)**

Model Summary <sup>a</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.930 <sup>a</sup>	.865	.841	.69897

a. Predictors: (Constant), x9=Dukungan Pemerin, x6=Legalitas, x2=Teknologi, x1=Pemasaran, x7=Rencana bisnis, x3=Akses kepada Modal, x8=Kesiapan Berwirausaha, x4=Akses kepada informasi, x5=Jaringan sosial

b. Dependent Variable: Y=Kinerja

Sumber: Data Primer diolah (2009-2012)

Berdasarkan output SPSS regresi berganda yang ditampilkan pada tabel 2.a dapat diketahui bahwa besarnya nilai Adjusted R Square sebesar 0,417 yang berarti bahwa

variabel kinerja yang dapat dijelaskan oleh variabel motivasi (kebutuhan akan prestasi, kebutuhan akan afiliasi, dan kebutuhan akan otonomi) sebesar 0,417 atau 41,7%. Sedangkan sisanya yang 58,3% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam model regresi. Sedangkan dari tabel 2b, dapat diketahui bahwa besarnya nilai Adjusted R Square sebesar 0,841 yang berarti bahwa variabel kinerja yang dapat dijelaskan oleh variabel kontekstual (pemasaran, teknologi, akses kepada modal, pengaruh akses kepada informasi, jaringan sosial, legalitas, rencana bisnis, kesiapan berwirausaha, dukungan pemerintah ) sebesar 0,841 atau 84,1%. Sedangkan sisanya yang 15,6% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam model regresi.

Tahap kedua adalah dengan uji signifikansi pengaruh simultan variabel-variabel independen terhadap variabel dependen melalui F test yang ditunjukkan pada tabel 3.a dan tabel 3.b.

**Tabel 3.a Hasil Uji Signifikansi Simultan (F Test)**

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	80.656	3	26.885	15.044	.000 <sup>a</sup>
Residual	100.078	56	1.787		
Total	180.733	59			

a. Predictors: (Constant), X3=Kebutuhan akan Otonomi, x2=Kebutuhan akan prestasi

b. Dependent Variable: Y=Kinerja

Sumber Data Primer diolah (2009-2012)

**Tabel 3.b Hasil Uji Signifikansi Simultan (F Test)**

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	156.306	9	17.367	35.548	.000 <sup>a</sup>
Residual	24.428	50	.489		
Total	180.733	59			

a. Predictors: (Constant), x9=Dukungan Pemerintah, x6=Legalitas, x1=Pemasaran, x7=Rencana bisnis, x3=Akses kepada Modal, x8=Kesiapan Berwirausaha, x4=Akses kepada informasi, x5=Jaringan sosial

b. Dependent Variable: Y=Kinerja

Sumber: Data Primer diolah (2009-2012)

Dari uji pengaruh simultan (F test) pada tabel 3.a diperoleh F hitung sebesar 15,044 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Karena signifikansi < dari  $\alpha=0,05$  maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kinerja, atau dapat dikatakan bahwa, kebutuhan akan prestasi, kebutuhan akan afiliasi, dan kebutuhan akan otonomi secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap kinerja. Sedangkan dari tabel 3.b diperoleh F hitung sebesar 35,548 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Karena signifikansi < dari  $\alpha=0,05$  maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kinerja, atau dapat dikatakan bahwa pemasaran, teknologi, akses kepada modal, pengaruh akses kepada informasi, jaringan sosial, legalitas, rencana bisnis, kesiapan berwirausaha, dukungan pemerintah secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap kinerja.

### 4.3. Pengujian Hipotesis

Hasil uji secara parsial pengaruh antara variabel dependen dengan variabel independen ditunjukkan oleh nilai signifikansi koefisien regresi masing-masing variabel independen yang dibandingkan dengan nilai  $\alpha=0,05$ . Jika nilai signifikansi < dari  $\alpha=0,05$ , maka hipotesis penelitian akan diterima, sebaliknya jika nilai signifikansi > dari  $\alpha=0,05$ , maka hipotesis penelitian akan ditolak. Nilai koefisien masing-masing variabel independen pada model Multiple Regression (MR) dan signifikansi pengaruh antar variabel ditunjukkan pada tabel 4a dan tabel 4b.

**Tabel 4.a**  
**Hasil Uji Regresi Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	10.732	4.065		2.640
	X1=Kebutuhan akan prestasi	.726	.158	.908	4.605
	X2=Kebutuhan akan Afiliasi	-.049	.218	-.030	-.225
	X3=Kebutuhan akan Otonomi	-.329	.178	-.362	-2.851

<sup>a</sup>. Dependent Variable: Y=Kinerja

Sumber: Data Primer diolah (2009-2012)

**Tabel 4.b**  
**Hasil Uji Regresi Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.487	1.065		3.274
	x1=Pemasaran	.693	.122	.611	5.690
	x2=Teknologi	.179	.091	.251	2.062
	x3=Akses kepada t	.240	.091	.236	2.631
	x4=Akses kepada informasi	.224	.131	.215	1.704
	x5=Jaringan sosial	-.060	.136	-.076	-.443
	x6=Legalitas	-.098	.115	-.067	-.852
	x7=Rencana bisnis	.112	.140	.070	.799
	x8=Kesiapan Berwirausaha	.311	.119	.365	2.614
	x9=Dukungan Pemerintah	.197	.115	.180	1.711

<sup>a</sup>. Dependent Variable: Y=Kinerja

Sumber: Data Primer diolah (2009-2012)

Hasil tampilan output SPSS pada tabel 4.a dengan jelas menunjukkan bahwa kebutuhan akan prestasi mempengaruhi kinerja secara parsial signifikan dan positif. Hal ini berarti bahwa semakin terpenuhi kebutuhan akan prestasi semakin tinggi kinernya. Sebaliknya kebutuhan akan otonomi mempengaruhi kinerja secara signifikan dan negatif. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kebutuhan akan otonomi semakin rendah kinerjanya. Hal ini bisa terjadi dikarenakan masyarakat kita masih menjunjung tinggi nilai-nilai kebersamaan. Hal ini tampak dari probabilitas signifikansi di bawah tingkat kepercayaan 5% atau  $\alpha=0,05$ .

Adapun persamaan regresinya sebagai berikut.

$$Y_1 = 10,732 + 0,726X_1 - 0,049X_2 - 0,329X_3 + e \quad (5.1)$$

Di mana:

- Y1 = Kinerja  
X1 = kebutuhan akan prestasi  
X2 = kebutuhan akan afiliasi  
X3 = kebutuhan akan otonomi  
e = error atau residual

Hasil tampilan output SPSS pada tabel 5.19b dengan jelas menunjukkan bahwa pemasaran, teknologi, akses kepada modal, dan kesiapan berwirausaha mempengaruhi kinerja secara parsial signifikan dan positif. Hal ini berarti bahwa semakin baik pemasaran, teknologi, akses kepada modal, dan kesiapan berwirausaha semakin tinggi kinerjanya. Hal ini bias terjadi dikarenakan masyarakat kita masih menjunjung tinggi nilai-nilai kebersamaan. Hal ini tampak dari probabilitas signifikansi di bawah tingkat kepercayaan 5% atau  $\alpha=0,05$ . Secara umum, UKM di Indonesia didorong untuk selalu mengembangkan bisnisnya agar tumbuh dan menjadi sukses. Meskipun banyak faktor yang dianggap penting oleh UKM agar kinerjanya baik pemasaran, teknologi, akses kepada modal, dan kesiapan berwirausaha dianggap hal yang paling krusial. Temuan ini konsisten dengan temuan penelitian sebelumnya (misalnya Nurul Indarti, 2007; dimana penentu kesuksesan bisnis adalah pemasaran, teknologi, akses kepada modal.

Adapun persamaan regresinya sebagai berikut.

$$Y1 = 3,487 + 0,693X1 + 0,179X2 + 0,240X3 + 0,224X4 - 0,060X5 - 0,098X6 + 0,112X7 + 0,311X8 + 0,197X9 + e$$

Di mana:

- Y1 = Kinerja  
X1 = Pemasaran  
X2 = Teknologi  
X3 = Akses kepada modal  
X4 = Akses kepada informasi  
X5 = Jaringan sosial  
X6 = legalitas  
X7 = Rencana bisnis  
X8 = Kesiapan berwirausaha  
X9 = Dukungan pemerintah  
e = error atau residual

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi secara parsial dapat

disimpulkan: Kebutuhan akan prestasi mempengaruhi kinerja secara parsial signifikan dan positif. Hal ini berarti bahwa semakin terpenuhi kebutuhan akan prestasi semakin tinggi kinerjanya. Kebutuhan akan otonomi mempengaruhi kinerja secara signifikan dan negatif. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kebutuhan akan otonomi semakin rendah kinerjanya. Pemasaran, teknologi, akses kepada modal, dan kesiapan berwirausaha mempengaruhi kinerja secara parsial signifikan dan positif. Hal ini berarti bahwa semakin baik pemasaran, teknologi, akses kepada modal, dan kesiapan berwirausaha semakin tinggi kinerjanya.

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi secara simultan dapat disimpulkan: Kebutuhan akan prestasi, kebutuhan akan afiliasi, dan kebutuhan akan otonomi secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap kinerja. Pemasaran, teknologi, akses kepada modal, pengaruh akses kepada informasi, jaringan sosial, legalitas, rencana bisnis, kesiapan berwirausaha, dukungan pemerintah secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap kinerja.

### 5.2. Saran-saran

Pihak yang tertarik dengan perkembangan UKM, seperti Universitas, organisasi non pemerintah, dan jasa pengembangan bisnis harus memahami faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja UKM untuk memberikan bantuan asistensi kepada UKM.

Meskipun kinerja UKM dipengaruhi oleh faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini, tetap ada kemungkinan adanya pengaruh dari faktor lain. Penambahan faktor potensial lain yang mempengaruhi kinerja dapat menaikkan persentase total dari varians yang dijelaskan.

## DAFTAR PUSTAKA

BPS & KUKM, (2003), Indikator Makro Ekonomi Usaha Kecil dan Menengah Tahun 2003. Berita Resmi Statistik.

Bandura, A. (1997). Social Learning Theory, Englewood Cliffs, New Jersey:Prentice-Hall.

Cromie, S. (2002). Assessing Entrepreneurial Inclinations: Some Approaches and Empirical Evidence. European Journal of Work and Organizational Psychology.

Hansen, Don R, Maryanne M. Mowen, 2005, Management Accounting, South Western, International Thompson Publishing.

Huggins, R. (2000). The Success and Failure of Policy-Implanted Inter-Firm Network Initiatives: Motivations, Processes and Structure. Entrepreneurship and Regional Development.

Ilkatan Akuntan Indonesia Komite Akuntan Publik (IAI-KAP, 2001, Standar Profesional Akuntan Publik, per 1 Januari, Salemba empat, Jakarta.

Imam Ghazali. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. 3th. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Indarti Nurul, 2007 Entrepreneurship dan Usaha Kecil Menengah di Indonesia, Ardana Media.

Robbins Stephen, 1996, Perilaku Organisasi Konsep-Kontroversi-Aplikasi, Edisi Bahasa Indonesia, PT. Prenhallindo, Jakarta.

Sekaran, Uma. 2006, Metodologi Penelitian untuk Bisnis. 4th. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Zulkarnain, 2006, Kewirausahaan Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah dan Penduduk Miskin, Adi Cita.